



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年新媒体行业投资策略及深度研究咨询报告

## 一、调研说明

《2012-2016年新媒体行业投资策略及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/218347.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

### &rarr;内容简介

近年来，依托于网络信息技术而快速发展的新媒体，不仅在传播理念、传播方式、传播内容上具有崭新的特征，在发展规模、传播功能等方面后来居上，呈现出融合和超越传统媒体的“第一媒体”之势，并对人类社会产生了广泛而深刻的颠覆性影响，特别是在信息社会时代，新媒体的发展甚至主宰着一个国家的未来。

放眼全球视野，世界各国早已在新媒体发展战略上展开了激烈的竞争。谁不重视新媒体，就一定跟不上时代，哪个国家不努力发展新媒体、发展不好新媒体，就一定会在世界发展中落后于人、在全球竞争中受制于人。正如1987年中国第一封电子邮件所说的“越过长城，走向世界”，开放已是中国不可逆的历史进程，而通过互联网“走向世界”，抓住新媒体机遇发展中国，则是当下中国最重要的课题。媒体的经营某种程度上处于被监管的状态。自身独特理念难免受人左右，独立的媒体品格难以形成，同时更要防止资本对于媒体内容的侵蚀。一个新兴媒体的最终要靠市场、大众的承认而不是风险投资。所以新兴媒体一定坚守自身的传媒品格的底线，在使用风险投资的同时秉持独立、客观、公正的内容传播品质，不为资本劫持，不为一时小利而饮鸩止渴。

立足中国特色，如能充分发掘全民族的智慧、集中所有优势资源，开拓出一条中国特色的新媒体发展道路，在全球新媒体格局的激烈竞争中努力登上世界之巅，那就会获取重兴中华民族的有力支点。当然，事情并不会那么简单，因为新媒体技术多源发于西方发达国家，从科技哲学的角度来看，科学技术的背后或浅或深地隐藏着文化和制度的逻辑，接受一项别国的技术往往意味着要接纳其背后的文化乃至制度，近年来如一些新媒体形态在中国所引发的问题，分析其深层原因，很大程度上就是中国在文化乃至传媒制度方面同美国等西方国家之间的差异。所以发展新媒体要有前瞻的眼光，足够的重视度，但也要注意结合本国国情，走本土化的新媒体发展道路。

本研究咨询报告领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国新媒体商业协会、中国新媒体研究院、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及新媒体科研单位等公布和提供的大量资料，结合对新媒体相关企业和终端市场的实地调查，对我国新媒体行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、投资机会与策略、发展趋势等进行深入研究，并重点分析了行业各大类新媒体的发展状况。报告揭示了新媒体市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同

时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

&rarr;报告目录

目 录

CONTENTS

## 第一部分 行业发展概况

### 第一章 新媒体概述 1

#### 第一节 新媒体的概念与内容分类 1

##### 一、新媒体的概念 1

##### 二、新媒体的分类 4

#### 第二节 新媒体的特点和基本要素分析 7

##### 一、新媒体特点 7

##### 二、构成要素 8

##### 三、主要特征 8

##### 四、新媒体的经济学特性分析 9

##### 五、新媒体的发展分析 11

### 第二章 新媒体发展存在的问题研究分析 16

#### 第一节 新媒体的发展优势和隐忧分析 16

##### 一、新媒体的优势分析 16

##### 二、新媒体的隐忧分析 19

#### 第二节 新媒体负面影响分析 20

##### 一、新媒体对人们思想方面的影响 21

##### 二、新媒体对人们学习方面的影响 21

##### 三、新媒体对人们工作方面的影响 22

##### 四、新媒体对人们生活方面的影响 22

##### 五、新媒体对人们交际方面的影响 23

##### 六、新媒体对社会安定方面的影响 23

#### 第三节 新媒体对传统媒体的影响分析 24

##### 一、新媒体和传统媒体的相互的关系 25

##### 二、新媒体与传统媒体之间的差异 26

第三章 2012年新媒体的发展现状与趋势分析	28
第一节 新媒体发展现状研究分析	28
一、网络新媒体发展现状及问题分析	28
二、影视领域中新媒体的发展现状分析	30
三、中国户外新媒体产业发展情况分析	32
第二节 新媒体行业的发展趋势的研究分析	43
一、新媒体发展方向的研究分析	43
二、中国新媒体行业的发展趋势的研究分析	48
三、2012中国新媒体产业发展趋势的研究分析	50
第四章 移动媒体分析	54
第一节 移动媒体的发展模式和现状分析	54
一、移动媒体的发展模式分析	54
二、移动媒体的发展现状分析	56
第二节 移动媒体发展面临的问题和解决措施	59
一、移动媒体发展面临的问题	59
二、移动媒体发展的问题分析及应对方法	61
第三节 移动媒体发展的趋势的研究分析	62
一、移动媒体的发展模式分析	62
二、移动媒体发展的趋势分析	63
第五章 中国数字电视分析	65
第一节 数字电视基本概念与特征	65
一、数字电视概况分析	65
二、数字电视的特征分析	66
第二节 中国数字电视发展现状研究	68
一、数字电视的基本现状	68
二、中国数字电视发展过程中遇到的问题	76
第三节 数字电视的发展趋势分析	78
一、数字电视的前景研究	78
二、数字电视的技术发展方向分析	78
三、数字电视的状况分析	80

#### 四、数字电视的发展与展望分析 88

### 第六章 手机媒体分析 90

#### 第一节 手机媒体的概念和基本情况分析 90

##### 一、手机媒体的概念和特征 90

##### 二、手机媒体的发展情况 91

##### 三、中国手机媒体形态与内容分析 96

#### 第二节 手机媒体发展模式及前景 104

##### 一、手机媒体相对互联网的比较优势 104

##### 二、手机媒体盈利模式分析 107

##### 三、3G时代手机媒体会加速发展 108

##### 四、手机媒体化发展前景广阔 111

#### 第三节 手机广告概述和分析 113

##### 一、手机广告运营模式 114

##### 二、手机广告形式 115

##### 三、手机广告的特点 116

##### 四、手机广告发展前景 116

### 第七章 网站发展情况和趋势分析 120

#### 第一节 新闻网站 120

##### 一、重点新闻网站发展历程 120

##### 二、2011-2012年我国网络用户规模 124

##### 三、地方新闻网站发展瓶颈 126

##### 四、新闻网站发展方向和趋势 129

#### 第二节 网络视频 131

##### 一、我国网络视频商业模式分析 131

##### 二、2011-2012年我国网络视频市场规模 133

##### 三、2011年我国网络视频用户规模 134

##### 四、2012年下半年视频网站竞争分析 135

##### 五、网络视频行业出现的变化 137

##### 六、中国视频网站行业现状和商业模式分析 138

##### 七、中国视频网站的发展趋势 141

### 第三节 搜索引擎 149

- 一、我国搜索引擎发展的历程 149
- 二、2011年我国搜索引擎市场规模 150
- 三、搜索引擎行业存在着的法律问题 151
- 四、搜索引擎营销现状及趋势 155
- 五、2012年微博发展分析 161

## 第二部分 行业运行发展分析

### 第八章 全球新媒体行业发展分析 164

#### 第一节 世界主要国家新媒体发展态势 164

- 一、主要国家新媒体概念的界定 164
- 二、新媒体在世界主要国家的发展态势 165
- 三、全世界新媒体时代发展趋势 171

#### 第二节 美国新媒体产业发展分析 172

- 一、2011年美国新媒体出版市场发展新趋势 172
- 二、美国新媒体加速：移动装置产业正发展迅速 180
- 三、2012年下半年美国新媒体发展展望 182

#### 第三节 欧洲新媒体产业发展和规制变化 189

- 一、欧洲新媒体发展的不平衡 189
- 二、新媒体规制 190

### 第九章 新媒体营销分析 193

#### 第一节 新媒体的营销分析 193

- 一、营销行业迎接新媒体时代来临 193
- 二、整合营销下的我国新媒体价值实现 208
- 三、我国新媒体营销势在必行 211
- 四、新媒体实效营销传播趋势 213
- 五、新媒体营销的制胜之道 218

#### 第二节 新媒体时代背景下的Email营销 220

- 一、新媒体时代背景下的网络广告营销 220
- 二、新媒体时代的Email营销研究 221
- 三、Email营销所面临的问题分析 230

#### 四、进行有效的Email营销策略分析 233

### 第三部分 行业竞争及策略

#### 第十章 新媒体行业竞争分析 238

##### 第一节 新媒体行业竞争分析 238

###### 一、新媒体的核心竞争力 242

###### 二、三网融合背景下新媒体的竞争策略 246

###### 三、三网融合背景下新媒体技术建设策略 249

###### 四、我国航空新媒体市场竞争态势分析 253

##### 第二节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 256

###### 一、新媒体对传统媒体的冲击分析 256

###### 二、危机促进传统媒体向新媒体转变 260

###### 三、新媒体与传统媒体的融合 267

###### 四、新媒体对广播媒体的冲击与影响 270

#### 第十一章 国内领先企业分析 279

##### 第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 279

###### 一、企业概况 279

###### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 280

###### 三、企业主要业务分析分发展情况分析 286

##### 第二节 中视传媒股份有限公司 289

###### 一、企业概况 289

###### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 291

###### 三、企业主营业务分析和发展情况分析 295

###### 四、中视传媒股份有限公司的SWOT分析 299

##### 第三节 成都博瑞传播股份有限公司 307

###### 一、企业概况 307

###### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 308

###### 三、企业主要经营业务和发展战略 312

##### 第四节 湖南电广传媒股份有限公司 313

###### 一、企业概况 313

###### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 314



### 三、企业主要经营业务和发展战略分析 319

#### 第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 323

##### 一、企业概况 323

##### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 324

##### 三、企业主营业务和发展情况分析 328

#### 第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司 330

##### 一、企业概况 330

##### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 332

##### 三、企业主营业务和发展情况分析 336

#### 第七节 百事通新媒体博股份有限公司 338

##### 一、企业概况 338

##### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 339

##### 三、企业主营业务和发展情况分析 343

#### 第八节 上海新华传媒股份有限公司 345

##### 一、企业概况 345

##### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 346

##### 三、企业主营业务和发展情况分析 350

#### 第九节 浙报传媒集团股份有限公司 354

##### 一、企业概况 354

##### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 355

##### 三、企业主营业务和发展情况分析 359

#### 第十节 广东广州日报传媒股份有限公司 360

##### 一、企业概况 360

##### 二、2011-2012年公司经营及财务状况分析 362

##### 三、企业主营业务和发展情况分析 367

### 第四部分 行业预测及投资

#### 第十二章 2012-2016年新媒体的发展趋势分析 371

##### 第一节 2011-2012年新媒体发展趋势 371

##### 一、新媒体产业的发展趋势特点及应对策略之分析 371

##### 二、中国新媒体产业发展的现实分析 378

##### 第二节 2012-2016年新媒体行业发展趋势 384

- 一、未来新媒体产业发展趋势 384
- 二、传统媒体与新媒体融合是社会发展趋势 403

### 第十三章 2012-2016年新媒体的投资分析 405

#### 第一节 新媒体行业发展前景 405

- 一、新媒体行业投资分析 405
- 二、新媒体行业前景分析 408

#### 第二节 新媒体的风险投资策略 414

- 一、新媒体法规风险分析 414
- 二、新兴媒体的资本分析 419
- 三、风险投资的注资意愿 420
- 四、新媒体的挑战与策略分析 420

#### 图表目录：

- 图表：传统媒体和新媒体的收益和成本的比较 10
- 图表：中国数字电视用户市场规模 69
- 图表：2009年中国数字电视市场规模占比 70
- 图表：中国有线数字电视用户市场规模发展 71
- 图表：中国有线数字电视增值业务ARPU值贡献程度 72
- 图表：有线网络双向网络改造及互动数字电视平台搭建市场容量 73
- 图表：2009-2011年国内移动互联网用户规模 125
- 图表：中国视频网站发展阶段分析 141
- 图表：中国视频网站产业链 142
- 图表：中国视频网站模式 143
- 图表：中国网络视频用户行为调查 143
- 图表：中国视频网站增长数据分析 144
- 图表：2010-2012年乐视网主营业务收入 145
- 图表：电影和电视剧交易金额分析 145
- 图表：视频网站收回成本点击次数分析 146
- 图表：2011年网络视频市场份额分析 147
- 图表：中国互联网电子邮件服务商营收规模及增长率统计 221
- 图表：MSN定期给用户发送的产品更新的Email广告邮件 226

图表：网上调查分析表 231

图表：航空媒体运营商资源系统构建层次 253

图表：中国航空媒体运营商实力矩阵图 255

图表：常规媒体和新媒体特点的比较 267

图表：受众收听习惯和环境分析 276

图表：不同类型车辆收听到达率 276

图表：2011-2012年按行业构成上海东方明珠（集团）股份有限公司经营业务分析 280

图表：2011-2012年按产品结构上海东方明珠（集团）股份有限公司经营业务分析 281

图表：2011-2012年按地区结构上海东方明珠（集团）股份有限公司经营业务分析 281

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力分析 281

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司资本结构分析 282

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司经营效率分析 282

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司获利能力分析 283

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力分析 283

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量分析 284

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司投资收益分析 284

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司资产负债简表 284

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司利润分配简表 285

图表：2011-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量简表 285

图表：2011-2012年按行业构成中视传媒股份有限公司经营业务分析 291

图表：2011-2012年按地区结构中视传媒股份有限公司经营业务分析 291

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司偿债能力分析 291

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司资本结构分析 292

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司经营效率分析 292

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司获利能力分析 292

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司发展能力分析 293

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司现金流量分析 293

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司投资收益分析 293

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司资产负债简表 294

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司利润分配简表 294

图表：2011-2012年中视传媒股份有限公司现金流量简表 294

图表：2011-2012年按行业构成成都博瑞传播股份有限公司经营业务分析 308

图表：2011-2012年按地区结构成都博瑞传播股份有限公司经营业务分析 309

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力分析 309

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司资本结构分析 309

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司经营效率分析 310

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司获利能力分析 310

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司发展能力分析 310

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析 311

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司投资收益分析 311

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司资产负债简表 311

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司利润分配简表 312

图表：2011-2012年成都博瑞传播股份有限公司现金流量简表 312

图表：2011-2012年按行业构成湖南电广传媒股份有限公司经营业务分析 314

图表：2011-2012年按产品结构湖南电广传媒股份有限公司经营业务分析 315

图表：2011-2012年按地区结构湖南电广传媒股份有限公司经营业务分析 315

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力分析 315

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司资本结构分析 316

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司经营效率分析 316

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司获利能力分析 316

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司发展能力分析 317

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析 317

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司投资收益分析 317

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司资产负债简表 318

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司利润分配简表 318

图表：2011-2012年湖南电广传媒股份有限公司现金流量简表 319

图表：2011-2012年按行业构成北京歌华有线电视网络股份有限公司经营业务分析 324

图表：2011-2012年按产品结构北京歌华有线电视网络股份有限公司经营业务分析 324

图表：2011-2012年按地区结构北京歌华有线电视网络股份有限公司经营业务分析 325

图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力分析 325

图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构分析 325

图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营效率分析 326

图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力分析 326

图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力分析 326

图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析	327
图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司投资收益分析	327
图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债简表	327
图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润分配简表	328
图表：2011-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量简表	328
图表：2011-2012年按行业构成陕西广电网络传媒股份有限公司经营业务分析	332
图表：2011-2012年按产品结构陕西广电网络传媒股份有限公司经营业务分析	332
图表：2011-2012年按地区结构陕西广电网络传媒股份有限公司经营业务分析	332
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力分析	333
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构分析	333
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司经营效率分析	333
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力分析	334
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力分析	334
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析	335
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司投资收益分析	335
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司资产负债简表	335
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司利润分配简表	336
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量简表	336
图表：2011-2012年按行业构成百事通新媒体博股份有限公司经营业务分析	339
图表：2011-2012年按产品结构百事通新媒体博股份有限公司经营业务分析	339
图表：2011-2012年按地区结构百视通新媒体股份有限公司经营业务分析	339
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司偿债能力分析	340
图表：2011-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构分析	340
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司经营效率分析	340
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司获利能力分析	341
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司发展能力分析	341
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司现金流量分析	341
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司投资收益分析	342
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司资产负债简表	342
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司利润分配简表	342
图表：2011-2012年百视通新媒体股份有限公司现金流量简表	343
图表：2011-2012年按行业构成上海新华传媒股份有限公司经营业务分析	346

图表：2011-2012年按产品结构上海新华传媒股份有限公司经营业务分析 346

图表：2011-2012年按地区结构上海新华传媒股份有限公司经营业务分析 347

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司偿债能力分析 347

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司资本结构分析 347

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司经营效率分析 348

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司获利能力分析 348

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司发展能力分析 348

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析 349

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司投资收益分析 349

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司资产负债简表 349

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司利润分配简表 350

图表：2011-2012年上海新华传媒股份有限公司现金流量简表 350

图表：2011-2012年按行业构成浙报传媒集团股份有限公司经营业务分析 355

图表：2011-2012年按产品结构浙报传媒集团股份有限公司经营业务分析 356

图表：2011-2012年按地区结构浙报传媒集团股份有限公司经营业务分析 356

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司偿债能力分析 356

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司资本结构分析 356

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司经营效率分析 357

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司获利能力分析 357

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司发展能力分析 357

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司现金流量分析 358

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司投资收益分析 358

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司资产负债简表 358

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司利润分配简表 359

图表：2011-2012年浙报传媒集团股份有限公司现金流量简表 359

图表：2011-2012年按行业构成广东广州日报传媒股份有限公司经营业务分析 362

图表：2011-2012年按产品结构广东广州日报传媒股份有限公司经营业务分析 362

图表：2011-2012年按地区结构广东广州日报传媒股份有限公司经营业务分析 362

图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司偿债能力分析 363

图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司资本结构分析 363

图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司经营效率分析 363

图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司获利能力分析 364

图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司发展能力分析 364  
图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司现金流量分析 365  
图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司投资收益分析 365  
图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司资产负债简表 366  
图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司利润分配简表 366  
图表：2011-2012年广东广州日报传媒股份有限公司现金流量简表 367  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/218347.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；



数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。